



# SPIRAL TEAM

A new Perspective  
of Creative Art

ضرورت تحلیل رقبا در کسب و کار و  
روش‌های آن



حتی‌اگر شما شگفت‌انگیزترین کالای ممکن رو ارائه بده، در صورتی که قادر به تحلیل رقبا در کسب‌وکار نباشید، مشتری‌های خودتون رو از دست خواهید داد. چراکه مشتری همواره در حال مقایسه کردن هست و اگر رقبای شما بهتر عمل کنن، بازنده مسابقه تجارت خواهید بود. این رو فراموش نکنید که از وقتی تصمیم گرفتید فعالیت تجاری خودتون رو آغاز کنید، توی یک مسابقه ثبت‌نام کرده‌اید. چه بخواید چه نخواید، رقبای شما همواره توی بازار حضور دارن و در کمین مشتریان شما هستن. داشتن نظارت مداوم بر رقبا، باعث شناخت رفتار تجاری اون‌ها میشه. یعنی شما می‌تونید پیش‌بینی کنید که رقبای شما احتمالاً در آینده چه کاری انجام می‌دن و قدم بعدی اون‌ها چیه.

### منظور از تحلیل رقبا چیست؟

یکی از اصول برندسازی، شناخت جهت‌گیری بازاره. تو مسیر شناخت جهت‌گیری بازار، مدیریت کسب‌وکارها همواره باید نیازهای آشکار یا پنهان مشتری‌ها رو بشناسن. چون رصد کردن مسیر رشد نیازها در مشتری، مسیر رشد شرکت رو می‌سازه. اما شناخت جهت‌گیری بازار، برای موفقیت یک برند کافیه نیست. موضوع مهم دیگری که اینجا اهمیت داره، انتخاب شیوه رقابت در بازاره. برندهایی که به طور مستقیم و غیرمستقیم در حوزه کسب‌وکار یا صنعت شما فعالیت دارن، تاثیرهای غیر قابل انکاری بر تجارت شما خواهند گذاشت. هرچه شما بیشتر و بیشتر این برندها رو بشناسید، از توانایی بیشتری برای استفاده از فرصت‌ها و کاهش تهدیدها بر تجارت خود برخوردار خواهید بود. به این شناخت دقیق و کارآمد، که همواره شما رو یک قدم جلوتر از دیگر کمپانی‌ها نگه می‌داره، تحلیل رقبا (Competitor Analysis) گفته می‌شه.

### چرا تحلیل رقبا در کسب‌وکار مهم است؟

موفق‌ترین مشاغل دنیا همواره رقبای خودشون رو آنالیز می‌کنن تا استراتژی تجارتشون آینده‌نگرانه باقی بمونه. این کار به کسب‌وکارها کمک می‌کنه تا به طور هفتگی و ماهانه، بر اساس آگاهی‌های جدیدی که کسب کردن، توی استراتژی خودشون تجدیدنظر کنند.



برندهای که نمے فهمن چرا مصرفکنندهها، رقباشون رو ترجیح مے دن، خیلے آسیب پذیرن. در ضمن، تهدیدها و فرصت های جدید رو نمے بینن. تحلیل رقبا مے تونه روندها یا ترندهای مخفے بازار رو آشکار کنه. توانایے شناسایے و پیش بینے روندها یک سرمایة بزرگ برای هر کسب و کاره که به بهبود ارزش شما توی ذهن مشتری کمک مے کنه. در واقع شما با شناسایے رقبا، در وهله اول باعث پیشرفت و نوآوری در سازمان خودتون مے شید.

### بهبود کمپین بازاریابے

مشتریان به این نکته اهمیت مے دن که محصول یا خدمات شما، چگونه زندگے اونارو بهتر میکنه. اگه اونا قصد خرید از یکے از رقبای شما رو دارن ، احتمالاً به این دلیلہ که اون شرکت در توضیح مزایای محصول، بهتر عمل کرده. یا حتے محصول یا خدمات بهتری ارائه مے ده.

تحقیقات رقابتے به شما کمک مے کنه درک کنید چرا مشتریان ترجیح مے دن از شما یا رقبای شما خرید کنند. به علاوه، شما خواهید فهمید رقبای تجاری تون چطور محصولاتشون رو تبلیغ و بازاریابے مے کنن.

[لینک اصلے مقاله](#)